

Het gaat bij zingeving helemaal niet om ingewikkelde en grootse dingen, maar juist om 'die kleine dingen' die iedereen herkent. Zoals een taxichauffeur die zijn zingeving niet haalt uit mensen van A naar B rijden, maar uit de mooie gesprekken die hij vaak heeft met zijn passagiers. Hij merkt dat zijn oprechte aandacht voor zijn passagiers de dag vaak een beetje mooier maakt voor ze. En dat geeft weer kleur aan zijn dag.

Jouw Z-factor heeft invloed op je werkresultaat. Wanneer je voelt dat je 'ertoe doet' en dat 'wat jij doet, ertoe doet', kost je werk je geen energie meer maar geeft het je energie. Ga maar eens na. Aan het einde van een 'goede dag' realiseer je je dat de tijd voorbij gevlogen is. Je hebt bergen werk verzet en je bruist nog van de energie. En aan het einde van een 'slechte dag'? ... Precies, dat bedoelen we. Je ervaart dus niet alleen (meer) voldoening in je dagelijkse werk, je werkresultaten verbeteren ook.

Jouw Z-factor gaat niet alleen jou aan

In het voorbeeld van de taxichauffeur zag je dat hij zijn zingeving haalt uit de mooie gesprekken met zijn passagiers – en dat heeft niet alleen invloed op hem, maar ook op zijn passagiers. Ook de kunstenaar, die zijn zingeving haalt uit het in afzondering aan zijn kunst werken, heeft invloed op andere mensen. Want zijn werken *raken* andere mensen. Ze vinden ze mooi of niet, maar het doet iets met ze. En zo werkt het ook met de Z-factor. Wat jij doet, heeft impact op andere mensen.

Maar pas op. Jij hebt niet in de hand welke impact het heeft op anderen. Wanneer je jouw Z-factor afhankelijk maakt van de impact die het heeft op andere mensen en wat anderen ervan vinden, ben je niet bezig met dingen doen die voor jou belangrijk zijn. Je probeert de impact die je hebt op andere mensen te sturen en je legt je Z-factor buiten jezelf neer. Je geeft hem als het ware uit handen. Je maakt jezelf en je Z-factor afhankelijk van anderen. Dit kan een tijdje goed gaan, maar heeft op de lange termijn meestal een averechts effect. Op jezelf, want jij wordt er niet gelukkig(er) van, maar ook op anderen, want zij voelen zich gemanipuleerd met als consequentie dat ze je niet (meer) serieus nemen of zelfs afwijzen.

Jouw zingeving heeft dus niet alleen consequenties voor jezelf, maar ook voor je omgeving en het resultaat van je werk. Zingeving heeft zelfs invloed op de prestaties van organisaties, iets waar we in hoofdstuk 10 nader op ingaan.

Wat maakt het belangrijk voor jou om je tijd en energie in je werk te steken? Welk gevoel geeft je werk je? Doe je in je werk dingen die je plezier en voldoening, 'zin', geven? Het gevoel dat je hebt in en door je werk, het plezier en de voldoening die je werk je geeft, zijn een belangrijke graadmeter voor de Z-factor. Je kijkt ernaar uit om een nieuwe week te beginnen. Je zit goed in je vel. Werk voelt als een onderdeel van wie je bent en geeft je het gevoel dat je dicht bij jezelf blijft.


In iedere baan kun je zingeving ervaren. De essentie is wat jou, als mens, blij maakt. Denk bijvoorbeeld aan een serveerster in een restaurant, die haar zin haalt uit het er iedere dag weer een sport van maken iedereen die chagrijnig 'haar' restaurant bezoekt met een lach op het gezicht het restaurant te zien verlaten. Dat maakt haar blij, ongeacht of ze nou een fooi van die mensen heeft ontvangen of niet. Dat gevoel ervaren is een belangrijke bron van zingeving voor haar en geeft haar een dosis levensgeluk.

Waar kies jij voor?

Zingeving (de Z-factor voelen en ervaren) is het gevolg van de keuze die jij zelf maakt, iedere dag weer. En elke dag, zelfs op elk moment van de dag, ben je vrij om (andere) keuzes te maken.

Spring je de meeste dagen van de week enthousiast je bed uit, verwachtingsvol de dag tegemoet tredend en gretig om aan de nieuwe dag te beginnen?
Of ga je iedere dag naar je werk met het gevoel 'vooruit, het moet maar weer'?

Werken met tegenzin kost je meer energie dan het je oplevert. Trek je de deur achter je dicht met het gevoel 'deze dag zit er weer op, lekker naar huis, sportclub of zangkoor?' Dan is het tijd om stil te staan bij de vraag waarom je iedere dag de keuze maakt dat werk te doen. Dat begint met stilstaan bij jezelf. Waar haal je energie uit? Waar word je blij van?



Wat geeft je voldoening? Het antwoord ligt soms dichterbij dan je denkt. Soms is het alleen maar nodig om door een andere bril naar je werk te kijken. Dat zul je zien in het volgende hoofdstuk.

Kiezen voor zingeving hoeft zeker niet meteen te betekenen dat je je leven volledig omgooit door bijvoorbeeld een *bed & breakfast* te beginnen. Sterker nog, zo'n drastische beslissing hoeft niet per se de oplossing te brengen. De hamvraag is welke droom je waar wilt maken. Wil je mensen een geweldig verblijf bieden? Wil je dat ze zich bij jou ontspannen om weer opgeladen huiswaarts te gaan? Of voelt het meer als dagelijks ploeteren: rommel opruimen, koken, fysieke inspanning leveren, lange dagen maken, zelf nooit met vakantie kunnen gaan? Het gaat erom hoe jij het ervaart. De Z-factor zit niet in het soort werk dat je doet, maar IN JOU en in wie jij bent. Want waar je ook naartoe gaat, je neemt jezelf altijd mee.

Gaat het om wat je doet of om wie je bent?

We verwarren 'doen' vaak met 'zijn' en hebben de neiging ons te identificeren met wat we doen. Het voordeel van *doen* is dat het voor afleiding zorgt, dan hoef je even niet te denken, niet te voelen. Maar zingeving vind je niet door meer te doen; eerder door juist minder te doen, meer te voelen en anders te ervaren, als je even afstand

neemt, rustig gaat zitten (bijvoorbeeld in de natuur). Als je even niks meer doet, geef je je gedachtestroom de kans stil te vallen. Er ontstaat ruimte om weer te voelen wat je echt belangrijk vindt.

Je weet vast wel hoe dat werkt als je op vakantie bent en je even helemaal niks doet. Dan beseft je weer wat belangrijk is. Doordat je afstand neemt, kun je de dingen weer helder zien. Je creëert ruimte in het diepst van je wezen (je 'zijn'). Je kunt je innerlijke stem weer horen, die je zonder zelfcensuur vertelt wat echt belangrijk voor je is.

De Z-factor ervaren betekent voelen en de obstakels herkennen die je zelf opwerpt. Je focust op wat voor jou goed voelt. Ons doel is dat je met dit boekje leert dat je die heldere momenten, die je bijvoorbeeld voelt als je op vakantie bent, ook vaker in je dagelijkse leven hebt, zodat je je bewuster wordt van dat gevoel en er concreet iets mee kunt doen. Zodat wat je doet consistent is met wie je bent.



Johnny the Bagger

Een mooi voorbeeld is het verhaal van Johnny the Bagger.¹ Johnny is een jongen met het syndroom van Down. Hij werkt in een typisch Amerikaanse supermarkt als ‘bagger’. Hij pakt aan de kassa de boodschappen in van klanten. Op een dag krijgen de medewerkers van de winkel een training in klantvriendelijkheid. De docente zegt dat echte service uit het hart komt. Ze moedigt de medewerkers van de supermarkt aan om een ‘persoonlijke

¹ Ken Blanchard en Barbara Glanz, *Simple Truths of Service: Inspired By Johnny the Bagger*. Blanchard Family Partnership, 2005.

handtekening' toe te voegen aan hun dagelijkse werk. Johnny is een beetje in de war en denkt: tja, wat kan ik nou toevoegen? Ik pak alleen maar boodschappen in. Johnny overlegt het met zijn vader. Zijn vader herinnert hem eraan dat Johnny erg houdt van inspirerende citaten. Prompt bedenkt Johnny dat zijn persoonlijke handtekening een dagelijks wisselend 'citaat voor de dag' wordt. Iedere avond zoekt hij zijn inspirerende gedachte uit voor de volgende dag. Samen met zijn vader zet hij deze in de computer, drukt het document af en knipt ze uit. Achterop schrijft hij zijn naam. 's Ochtends gaat hij naar zijn werk met een papieren zak vol met briefjes met zijn citaat voor de dag. In de boodschappentas van zijn klanten doet hij een papiertje met zijn citaat en zegt: 'Dank u dat u bij ons uw boodschappen hebt gehaald. Tot ziens.' Al gauw merkt Johnny aan de reacties van 'zijn' klanten dat ze zijn citaten erg op prijs stellen. Sterker nog, het maakt niet uit hoe druk het is, ze staan graag wat langer in de rij voor zijn 'citaat voor de dag'. Mensen die eerst één keer per week boodschappen deden, komen nu iedere keer als ze in de buurt zijn even binnenlopen, al is het maar voor een paar boodschappen, want ze willen Johnny's citaat voor de dag hebben. De manager van de winkel snapt er eerst niets van. Waarom staat er zo'n lange rij voor één kassa, terwijl er veel meer kassa's open zijn? Maar hij kan mensen niet bewegen om naar een andere kassa te gaan. Nee, ze staan liever wat langer in de rij voor 'Johnny's kassa'. Johnny's collega's worden nu ook geïnspireerd door hem. Ze bedenken allemaal hun eigen 'persoonlijke handtekening'. Niet alleen de klanten, maar ook de medewerkers van de supermarkt zelf beleven veel lol aan hun persoonlijke handtekeningen. Door een verbinding te maken tussen wat ze doen en wie ze zijn als mens, ervaren ze veel meer zin in hun werk. Met alle positieve gevolgen van dien, voor zichzelf, hun klanten en ja, ook het bedrijf waar ze voor werken.

Je kunt zelf het filmpje over Johnny bekijken op internet:
www.stservicemovie.com.

Kortom

- Zingeving zit vaak niet in het werk zelf, maar in je houding ten opzichte van je werk.
- Zingeving is iets waar je zelf voor kiest. Het zit in grote en in kleine dingen.
- Zingeving creëer je zelf, bijvoorbeeld door iets eigens toe te voegen aan wat je doet.

Je kunt nu meteen verder lezen, maar je kunt ook even stoppen en aan de hand van een paar vragen en opdrachten gaan nadenken over de Z-factor. Het is niet nodig alle vragen te beantwoorden en alle opdrachten te maken. Kies voor wat jou aanspreekt. Dit geldt voor ieder hoofdstuk met een werkgedeelte.

werkgedeelte

Ga eens terug naar de voorbeelden in dit hoofdstuk (de kunstenaar, de taxichauffeur, de serveerster en Johnny the Bagger). Schrijf de antwoorden op de volgende vragen op in een paar steekwoorden:

- Wat spreekt je aan in de voorbeelden?
- Herinner je je situaties uit je eigen leven (werk of privé) waarin je iets vergelijkbaars voelde?
- Wat vertelt dat gevoel je over jezelf?
- Kom je dit gevoel tegen in werk- of privésituaties?
- Als je dit gevoel niet tegenkomt in je werk: kun je iets veranderen waardoor je dit gevoel ook in je werk kunt gaan ervaren?
- Kun jij je eigen persoonlijke handtekening toevoegen aan je werk, waardoor het minder 'werk' en meer 'van jou' wordt?

'Goed-gevoel'-momenten

Noteer een hele week lang (ook het weekeinde) 's avonds voor je gaat slapen de momenten waarop je je goed voelde en de momenten waarop je je niet goed voelde. Als de week voorbij is, schrijf je bij elk moment op welke keuze van jou bijgedragen heeft aan het gevoel dat je had. Kun je een trend ontdekken (zowel bij de momenten waarop je je goed voelde als de momenten waarop je je minder goed voelde)? Wat kun je zelf doen om meer 'goed-gevoel'-momenten te creëren voor jezelf?

Ga daarmee aan de slag, schrijf het weer een week op en evalueer de week weer voor jezelf. Zie je het aantal 'goed-gevoel'-momenten toenemen? Wat heb je nu anders gedaan?

Kun je deze trend voortzetten?



“De zin van dingen is dat men er zin aan geeft.”

Bertus Aafjes

2

Wat is jouw Z-factor?